

CAPÍTULO 15

PLANEACIÓN DEFICIENTE DE LA COMUNICACIÓN Relevante

Comunicar implica primero escuchar: el caso de MBL Consulting

La consultora MBL Consulting, que desarrolla su actividad fundamentalmente en el entorno de la ciudad de Veracruz, estaba preparando una reunión en la que le iban a presentar sus servicios de consultoría a un importante cliente potencial, Dosluceros S.L

Para preparar la reunión el nuevo e inexperto director comercial de la consultora le dedicó mucho tiempo a lo que pensaba contar. Preparó bien el “discurso” centrándolo en las excelencias de MBL Consulting. Lo tenía bien aprendido, era largo pero muy completo, y se apoyaba en un Power Point, de una hora de duración, que pensaba proyectar. Lo ensayó varias veces, pues este cliente no quería que se el “escapase”.

Llegó el momento de la presentación. Los primeros 30 minutos los dedicó a dar a conocer de forma general la compañía: un derroche de halagos sobre su cultura, sus valores, su forma de trabajar,... El director comercial estaba muy satisfecho, estaba dando una impecable conferencia.

Su sorpresa fue mayúscula cuando a los 35 minutos el CEO de Dosluceros se levantó de la reunión y disculpándose se despidió diciendo que tenía planificada una reunión en su agenda en 5 minutos.

El director comercial no había conseguido captar el interés de su potencial cliente.

¿Cuál fue el principal error del comercial de MBL Consulting?

La falta de Escucha Activa.

Antes de comunicar debemos escuchar activamente al receptor de nuestra comunicación; hemos de reflexionar y recabar información sobre qué le interesa a nuestro oyente, por qué va a dedicar parte de su tiempo en escucharnos, qué necesidades o expectativas tiene y de qué manera podemos transmitir que se las podemos satisfacer. Asimismo es fundamental para planificar bien una presentación saber con qué tiempo contamos.

El director comercial de MBL consulting no solo no había hecho una escucha activa previa a la charla para ponerse en lugar de su cliente, sino que tampoco la realizó durante el transcurso de la misma. No se percató de las señales de desinterés y de prisa que el CEO de la empresa cliente estaba emitiendo. Estaba centrando en su “YO” (de hecho pensaba que estaba siendo un éxito

porque a él le estaba saliendo muy bien), en lugar de enfocar la atención en el “TÚ”, en su oyente o audiencia.

Comunicar bien no es sólo preparar detenidamente el mensaje que vamos a transmitir, la forma en la que lo vamos a hacer, y ensayar varias veces para que la puesta en escena sea impecable. Comunicar bien se apoya fundamentalmente en Escuchar Activamente.

“El secreto de la influencia no está en lo que decimos sino en cómo escuchamos”

Referencias:

Natalia Gomez del Pozuelo “Escucha Activa”

<http://nataliagomezdelpozuelo.com/tag/escucha-activa/>